

## comunicação

AGÊNCIAS

# Expansão e conquistas

CP+B Brasil comemora três anos de operação com equipe ampliada, mudança de escritório e três novos clientes: L'Occitane, Ceratti e Easy

Por KARINA BALAN JULIO 



DIVULGAÇÃO/MARCELO RIZERTO

Reis, Kassu e Medeiros comandam agência em Miami e São Paulo, onde já há cem funcionários

A Crispin Porter + Bokusky oficializou o início de sua operação brasileira em outubro de 2014. O timing pode ter parecido insensato, visto que a economia brasileira já dava sinais de crise, mas a agência conseguiu prosperar mesmo assim. Três anos depois, a empresa comandada pelos sócios Vi-

nicius Reis (CEO), André Kassu e Marcos Medeiros (CCOs) comemora expansão e novas responsabilidades. Acabam de chegar à agência três novas contas: Grupo L'Occitane, Ceratti e Easy.

A CP+B será responsável pelo posicionamento e campanhas de L'Occitane em Provence e pela adap-

01

DE

02



tação de materiais para L'Occitane au Brésil, aproveitando o investimento recente do grupo em uma fábrica no País. Para Ceratti, serão desenvolvidas embalagens, experiências de marketing e campanhas integradas. Já com Easy, a parceria prevê a definição da evolução tecnológica da marca nos próximos anos, estratégias de comunicação e pesquisas de mercado na América Latina.

“São marcas muito fortes apesar de não terem tanta estrutura quanto seus principais concorrentes. Nós mesmos somos menores que outras agências, mas consolidamos nosso trabalho pelo produto que oferecemos”, compara Reis.

Os novos clientes chegam em um momento de crescimento da operação brasileira, que conquistou outros quatro clientes este ano: Visconti, Café Orfeu, Nextel e Even. O movimento fez com que a operação ganhasse novo escritório, na Vila Olímpia, em São Paulo, para abarcar o time que cresce a cada ano: a equipe, que no segundo semestre de 2016 somava pouco mais de 70 pessoas, hoje chega a quase cem.

O alinhamento com as operações internacionais também vai bem. Ao todo, a CP+B conta com dez escritórios ao redor do mundo, sendo os sócios brasileiros também responsáveis por comandar a CP+B

Miami. Assim, clientes da operação americana têm gestão compartilhada com a agência no Brasil, como Embraer e Bauducco.

“Nossas lideranças têm uma conexão muito grande com os outros escritórios, e damos muitas sugestões para a operação global. O fato de administrarmos a operação em Miami tem nos dado muitas oportunidades de sinergia e trocas de conhecimentos e talentos”, diz Reis.

Entrar nas discussões sobre tecnologia e inovação também está nos planos para os próximos meses. A CP+B tem criado redes de relacionamento com professores e alunos de núcleos de inovação de universidades para discutir, junto a profissionais de mídia e outras áreas, sobre tendências na comunicação. “Não dá para simplesmente abrir uma área de inovação e criar uma regra sobre como ela vai ser, queremos primeiro abrir a cabeça das pessoas para interagir com outras disciplinas e projetos”, justifica o executivo.

O objetivo é fazer com que todo o time esteja engajado nos movimentos do mercado. “Hoje em dia a briga não é sobre ser especialista ou generalista, mas sobre o quão rápido se aprende algo ou se adapta a alguma realidade. As pessoas que trazemos para a agência têm essa característica de adaptabilidade”, completa Reis.

